



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2013

Am Gängelband der Teppichetage

Koller, Christian

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-103130>

Newspaper Article

Originally published at:

Koller, Christian. Am Gängelband der Teppichetage. In: Zwölf – Fussball-Geschichten aus der Schweiz, 2013, 51-55.



Am Gängelband der Teppichetage

Text: Christian Koller / Illustration: André Bex
Bilder: Sportclub Novartis

Der Schweizer Firmenfussball war vieles: Trainerstation für Xam Abegglen, «Schädling einer gesunden Sportbewegung» und Mittel gegen gesellschaftlichen Aufruhr. Nun darbt er. Rückblick auf eine bewegte, (fast) 100-jährige Geschichte.

Das Schicksal des Zentrums Guggach auf dem Zürcher Käferberg hat in den letzten Jahren wiederholt Öffentlichkeit und Kommunalpolitik beschäftigt. Auf dem rund zwei Hektaren grossen Areal hatte in den 80er-Jahren der damalige Bankverein eine grosszügige Kongress-, Sport- und Freizeitanlage ausgebaut. Ihr Angebot reichte vom Fussballfeld über Squashplätze, Kegelbahnen und Saunen bis zu Kraftraum, Schiessanlage oder Solarien – unter

anderem. Doch die aus Bankverein und SBG hervorgegangene UBS versuchte, den Stammsitz des firmeneigenen Sportbetriebs loszuwerden. Seit 2009 verfolgt die mit Bundeshilfe gerettete Bank die Strategie, nicht mit dem «Kerngeschäft» verbundene Immobilien und Grundstücke zu veräussern. Dadurch sah sich der FC UBS in seiner Existenz bedroht, der Schweizer Firmenfussballmeister von 2006, 2007, 2009, 2010 und 2012! Im Saisonrückblick 2010 beklagte er denn

auch die «Einstellung unserer Bank zum Firmensport». Vergeblich: Ein Teil der Sportstätte wurde 2011 veräussert, der Rest im folgenden Jahr zum Verkauf ausgeschrieben.

Die Episode weist auf einen gewandelten Stellenwert des schweizerischen Firmensports hin. Und sie lädt ein zu einer Retrospektive auf die bald hundertjährige Geschichte seines Flaggschiffs, des Firmenfussballs. Dessen Entwicklung war eng verknüpft mit gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Prozessen. Sie zerfällt in eine Pionierphase bis in die 1940er-Jahre, die Goldene Zeit von den 50er- bis in die 80er-Jahre und eine danach einsetzende Periode des Niedergangs.

Premiere unter Chemieriesen

In der Zwischenkriegszeit konzentrierte sich der Firmenfussball auf die Metropolen →

Zürich, Basel, Bern und Genf. Dort hatte die politische Linke eine starke Position und, mit der Ausnahme Berns, zeitweilig die Regierungsmehrheit. Die «roten Städte» bemühten sich um einen Ausbau der öffentlichen Sportinfrastruktur. Dass sich hier der Firmensport am frühesten etablierte, hing mit der Furcht bürgerlicher Kreise vor einer Vereinnahmung des Sports durch die Arbeiterbewegung zusammen. Diese Arbeiterbewegung verfügte in Gestalt des Arbeitersportverbandes Satus über eine eigene, ausdrücklich klassenkämpferisch ausgerichtete Sportorganisation. Bei den Basler Chemiefirmen Ciba und Geigy wurde bereits in den 1910er-Jahren im informellen Rahmen gekickt. Als erstes Firmenfussballspiel der Schweiz gilt eine Partie zwischen den Mannschaften von Geigy und Sandoz 1920. Acht Jahre später gründete sich der «Verband der Geschäftsmannschaften von Basel» mit zunächst elf Vereinen, kurz darauf startete die erste Basler Firmenfussballmeisterschaft. Auch in Zürich und Bern wurde wenig später der Meisterschaftsbetrieb aufgenommen.

Das erste Firmenfussball-Städeturnier zwischen Basel, Bern und Zürich wurde 1938 ausgetragen. Den Pokal hatte der Direktor der Chemiefabrik Hoffmann-La Roche gestiftet. Er wollte damit den Anstoss zur Bildung eines nationalen Firmensportverbandes geben, der im November 1941 auch tatsächlich aus der Taufe gehoben wurde. Erster Präsident des Schweizerischen Firmensportverbandes (SFS) wurde ein Direktor der Geigy AG, erster offizieller Meister 1943 der FC Bertrams Basel. Der bezwang auf dem Letzigrund den FC Nationalregistrierten Zürich im Endspiel mit 2:1.

Von so viel Aufmerksamkeit können die derzeit aktiven Firmenfussballer nur träumen. Das letztjährige Finale zwischen dem FC UBS und dem FC Karton Deisswil wurde auf dem Sportplatz Ringstrasse in Chur bei prächtigem Wetter nahezu unter Ausschluss der Öffentlichkeit ausgetragen. Nicht einmal das Resultat war irgendeiner Schweizer Zeitung den Platz wert. Am Niveau

kann es nicht liegen. Für Sandro Fiesolani, mittlerweile bei den Senioren des FC UBS aktiv, sind die besten Teams im Firmenfussball «nahe an den 2.-Liga-Vereinen» dran. Doch der Meisterschaft fehlt es an Spannung. In den sechs regionalen Meisterschaften, deren Sieger sich für das Turnier um die Schweizer Meisterschaft qualifizieren, sind die Unterschiede zwischen den Spitzenteams und dem Rest eklatant. «Diese Begegnungen verkommen beinahe zu Trainingsspielchen», beklagt sich Fiesolani. Selbst mit angezogener Handbremse überfuhr der FC UBS letztes Jahr den bemitleidenswerten und abgeschlagenen Gruppenletzten FC Bell zwei Mal. Man kann sich denken, dass die Sprüche mit den Würsten ziemlich überstrapaziert worden sind.

Dabei ist der Firmenfussball bierernst. Zumindest wenn es um die Reglemente geht. Zwar muss längst nicht mehr jeder Aktive für die jeweilige Firma arbeiten, aber anders als in den Alternativen Ligen braucht jeder eine Lizenz, die Partien werden von offiziellen Schiedsrichtern geleitet und die Organisation der Meisterschaften obliegt den jeweiligen Regionalverbänden. Richtiger Fussball eben. Doch während selbst Vereine aus den Niederungen des «normalen» Ligafussballs zumindest das Interesse von Freunden, Familien und des Regionalblatts auf sich ziehen, schaut kaum jemand hin, wenn sich Firmenteams duellieren. Für René Rindlisbachers sechs Tore in dieser Liga gibt es kaum Zeugen. Den Firmenfussballvereinen kann auch nicht vorgeworfen werden, eine zu offensive Kommunikationspolitik zu verfolgen: Von den 33 Vereinen der Region Zürich haben 12 eine eigene Website angegeben. Gerade mal drei davon sind noch online. Ist der Firmenfussball tot?

«Kraft durch Freude»

In der Anfangszeit des des Firmensports war der deutsche Betriebssport das Vorbild. In der Weimarer Republik hatte sich eine organisatorisch vielgestaltige Betriebs- und Behördensportbewegung herausgebildet. Sie war in Konzeptionen

betrieblicher Sozialpolitik eingebunden, die den Gegensatz zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern durch die Herstellung einer «Betriebsgemeinschaft» zu überwinden trachteten. In der Nazi-Zeit wurde der Betriebssport im Rahmen der «Deutschen Arbeitsfront» und des «Kraft durch Freude»-Programms enorm ausgebaut. Während des Zweiten Weltkrieges publizierte die «Schweizerische Arbeitgeber-Zeitung» regelmässig ausführliche Artikel zum Thema Firmensport und betonte, dass dieser bestens zur Betriebsgemeinschaftsidee passe. Hatte man 1942 unter dem Titel «Volkstumsarbeit im Betrieb» noch grosses Interesse an den Aktivitäten von «Kraft durch Freude» gezeigt, so setzte man sich in der zweiten Kriegshälfte von dieser Volkstümelei ab, ohne jedoch die Idee der «Betriebsgemeinschaft» aufzugeben.

Die Gründung des SFS nahmen die etablierten Sportverbänden mit Unbehagen zur Kenntnis. Im «Sport» schrieb ein Funktionär, es sei «höchste Zeit», dass der Fussballverband zum Rechten sehe. Die Firmensportbewegung habe Ausmasse angenommen, «die wir im Interesse eines wirklich gesunden Sportbetriebes weder dulden können noch wollen». Besonders beunruhigte ihn, dass teilweise auch Spitzenspieler gegen gute Bezahlung im Firmenfussball mittaten, nachdem der Professionalismus in der Fussball-Nationalliga soeben verboten worden war. Diese Position setzte sich wenig später mit der sogenannten Spielertrennung zwischen Fussballverband und SFS durch, die mit einer Übertrittsregelung und Kooperationen in der Trainerausbildung, im Schiedsrichter- und Juniorenwesen verbunden war. Noch schärfer reagierte der Schweizerische Arbeiter-Turn- und Sportverband (Satus) auf das Wachstum des Firmenfussballs. Schon 1943 beschloss der Arbeitersportverband, alle Mitglieder, die an einer Firmensportveranstaltung teilnahmen, für die laufende Saison vom eigenen Sportbetrieb zu suspendieren. Die Verbandsleitung rief zur Abwehr «auf breiter Front» gegen diesen «Schädling einer gesunden Turn- und Sportbewegung» auf. Sie bezeichnete →





Kicken in Anzug und Krawatte:
Mittagspause bei Sandoz, 1920.

Einsatz für Firma und Mannschaft:
Geigy-Spieler in einem Spiel von 1930.



Hier schießt der Chef noch persön-
lich: Dr. Rudolf Geigy Schlumberger
weiht 1936 einen Sportplatz ein.



Die Chemie stimmt: Mit vereinten Kräften im Morast an den Sandoz-Firmensporttagen 1951.

Spektakel vor der VIP-Tribüne anno 1971: 50 Jahre Sportclub Sandoz.



die Firmensportmannschaften als «Prätorianergarde des Unternehmertums».

Trotzdem erlebte der Firmenfussball nach dem Kriegsende einen rasanten Aufschwung. Im ganzen Land waren die Unternehmer nun bereit, Sportvereine ihrer Belegschaften zu unterstützen. Teilweise richteten sie sogar eigene Infrastrukturen ein. Dieser Popularitätsgewinn ist Resultat der politischen und sozialen Entwicklung in den Jahren unmittelbar nach dem Krieg. In der zweiten Hälfte des Krieges

hatten sich in der ArbeiterInnenschaft grosse Hoffnungen auf eine gesellschaftliche Neuordnung aufgebaut. Die SP wurde zur mit Abstand stärksten Fraktion im Nationalrat und erstmals an der Landesregierung beteiligt, die neu gegründete PdA feierte bei verschiedenen Wahlen spektakuläre Erfolge. Als auch noch eine grosse Streikwelle über das Land schwappte und der sozialdemokratische Satus eine eigene Fussball-Landesliga einrichtete, bedurfte es aus Unternehmersicht dringend einer

Restabilisierung. Als ein Mittel dazu erschien der Firmensport.

Prestigeanlass für die Herren Direktoren

So wurden die Goldenen Fünfziger auch für den Firmensport zur Goldenen Zeit. Einerseits stand sie für stetiges Wirtschaftswachstum, Vollbeschäftigung und einen raschen Ausbau des Sozialstaates sowie der institutionalisierten Partnerschaft zwischen Unternehmern und Gewerkschaften. Andererseits aber

war sie auch geprägt von der Bunker-Mentalität des Kalten Krieges und der Ausbeutung, ja zunehmenden Anfeindung der zahlreich aus Südeuropa ins Land geholten FremdarbeiterInnen. Die Zahl der dem SFS angeschlossenen Sektionen sprang innerhalb von 15 Jahren von 83 im Gründungsjahr auf 330, die Mitgliederzahlen vervierfachten sich. Die entscheidenden Initiativen kamen überall vom Fussball her. In der zweiten Hälfte der 60er-Jahre erreichte die Anzahl Mannschaften mit rund 350 einen Höchststand.

An den Grundmerkmalen des Firmensports änderte sich wenig. Er wurde zwar nicht mehr mit der Betriebsgemeinschaftsideologie in Verbindung gebracht, sondern je nach aktueller Mode mit der helvetischen Sozialpartnerschaft oder später mit amerikanischen und japanischen Managementkonzepten. Die Initiative zur Bildung von Firmenfussballteams ging indes weiter häufig von Sportfreunden in den Belegschaften aus. Nur: Abhängig waren sie dabei vom Wohlwollen der Geschäftsleitung. So vermerkten beispielsweise die Gründer des Sportclubs SIG Neuhausen 1949: «Das Tenue wurde uns von der Direktion der SIG in grosszügiger Weise zur Verfügung gestellt, was wir hiermit nochmals bestens verdanken.» Auch in der Folgezeit versäumten es die Klubverantwortlichen nicht, immer wieder die Unterstützung durch ihre Geschäftsleitungen hervorzuheben. Anlässlich der Herbstsporttage 1949 der Standard Telephon & Radio AG Zürich etwa verstanden es die Direktoren glänzend, sich als Wohltäter in Szene zu setzen, was dann in der Personalzeitung seinen Niederschlag fand: «Ein Spezialdank gebührt einmal mehr unserer sportfreundlichen Direktion, die sich nicht nur unter die Zuschauer einreihete, sondern auch durch die Spende des Ehrenweins und der Verpflegung dem Standardsporttag die würdige Krone aufsetzte.»

Die Mitglieder des oberen Kaders traten als Wohltäter auf – und setzten sich bei wichtigen sportlichen Ereignissen auch bestens in Szene. So überreichte in

der Frühphase des Schaffhauser Firmenfussballs jeweils ein Kadermitglied der SIG den von der Firma gestifteten Pokal. Als sich im Final von 1952 die Teams der SIG und der Georg-Fischer-Werke gegenüberstanden, hielten bei der Pokalübergabe Direktoren beider Unternehmen kurze Reden. Die wichtigen firmensportlichen Anlässe waren eine Bühne, auf der die bestehenden Hierarchien symbolisch reproduziert und damit gefestigt wurden. Die Angehörigen der Geschäftsleitung und des gehobenen Kaders konnten sich als gute Patrons inszenieren. Der Belegschaft wurde vor Augen geführt, dass auch in einer sozialpartnerschaftlichen Betriebsordnung die Geschäftsleitung die ausschlaggebende Instanz blieb.

Zudem stärkte der Firmensport die Identifikation der Belegschaft mit dem Unternehmen. In verschiedenen Berichten ist die Rede davon, dass die Firmenmannschaften mit Rufen wie «Hopp SIG» angefeuert wurden. Indem die Vereine den Namen ihrer Unternehmung trugen, wurden sie automatisch zu einem Bestandteil der «corporate identity». Siege des Firmenteams waren Siege der Firma. Das Wirgefühls triumphierte, und auch die Aussendarstellung profitierte anscheinend enorm. Entsprechend bemühten sich die Geschäftsleitungen und Klubfunktionäre, durch den Einsatz talentierter Kräfte Erfolge herbeizuführen. Nach Möglichkeit griffen sie gar auf die fussballerische Spitze zurück. So trainierte etwa Xam Abegglen, der Topskorer der Schweizer Nationalmannschaft in der Zwischenkriegszeit, von 1941 bis 1947 den Fussballklub der Maschinenfabrik Oerlikon. Eine eigene Sportinfrastruktur wurde zumindest für Grossunternehmen zu einer Prestigeangelegenheit. Die Sandoz AG eröffnete 1968 eine Sportanlage in Hünningen, die Geigy AG investierte 1970 vier Millionen Franken in die Renovierung des firmeneigenen Sportplatzes, und der Bankverein baute in den 80er-Jahren das eingangs erwähnte Sportzentrum Guggach luxuriös aus.

Diese Zeiten sind unwiederbringlich vorbei. Für die Swisscom waren vor einigen Jahren selbst die 50 000 Franken

zu viel, die sie jährlich in den Sportplatz Eyfeld in Ittingen steckte, wo 14 Firmenfussballteams ihre Spiele austrugen. Nicht alle davon fanden eine neue Heimat. «Älter werdende Firmenkicker abseits der Fernsehkameras sind vielleicht einfach zu wenig trendy und nicht werbewirksam genug», meinte der «Bund» dazu. Neben den Millionen für die Ski-Asse und andere Leistungssportler blieben für die im Namen des Unternehmens antretenden Kicker nicht mal mehr Brosamen. Auf dem Eyfeld entsteht demnächst ein neues Bürogebäude.

Profisport-Sponsoring statt Firmenfussball

Der Niedergang setzte Ende der 80er-Jahre ein. Die Zahl der Firmenfussballklubs ging bis heute auf 112 zurück, weniger als ein Drittel der Anzahl auf dem Höhepunkt. So sanken zum Beispiel die Mitgliederzahlen der Firmensportklubs von Novartis beziehungsweise ihrer Vorgängerfirmen zwischen 1980 und 2010 um etwa die Hälfte. Dies hatte mehrere Gründe. Die gesellschaftliche Individualisierung liess den Firmensport und insbesondere dessen Teamsportarten zunehmend unattraktiv erscheinen; postmoderne ArbeitnehmerInnen wollten sich in ihrer Freizeit nicht mehr vom Arbeitgeber gängeln lassen. Zudem können die Firmenteams anders als jeder Dorfverein nicht auf Spielernachschub aus den eigenen Jugendmannschaften zählen, denn solche erlaubt der Fussballverband nicht. Und zuletzt brachen die Sozialpartnerschaften immer mehr auseinander und viele Unternehmen zogen sich aus dem Engagement für den Firmensport zurück. Hatten Erfolge des eigenen Fussballteams früher als Prestigefaktor der Firma gegolten, so konzentrierte man sich nunmehr lieber auf das Sponsoring des medialisierten Spitzensports. Sportliche Aktivitäten der eigenen MitarbeiterInnen gehören, nicht nur bei der UBS, heute für viele Unternehmen offensichtlich nicht mehr zum «Kerngeschäft». ➤